

Основы бизнеса и права в информационных технологиях

**Лекция 2. Экономическая сущность
предпринимательской деятельности**

1. Сущность предпринимательства

Предпринимательство (предпринимательская деятельность) - самостоятельная, инициативная деятельность граждан, направленная на получение прибыли или личного дохода и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени и под имущественную ответственность юридического лица (предприятия). (Закон РБ «О предпринимательстве в Республике Беларусь» от 28 мая 1991 г.)

Предпринимательская деятельность может осуществляться в виде индивидуальной трудовой деятельности, а также в различных организационно-правовых формах предприятий (юридических лиц).

Термин «бизнес» в переводе с английского «business» означает дело, занятие, торговля, коммерция. Бизнесмен - это деловой человек, стремящийся сделать прибыльной свою деятельность. В законодательстве слово «бизнес» не употребляется, но широко используется термин «предпринимательство».

Таким образом, термин «бизнес» ввиду отсутствия легального толкования остается общеупотребительным словом.

Бизнес - понятие более широкое, чем предпринимательская деятельность, поскольку к бизнесу относится совершение любых единичных разовых коммерческих сделок, в любой сфере деятельности, направленных на получение дохода (прибыли).

В дальнейшем будем считать, что «предпринимательство» и «бизнес» - это термины, обозначающие одно и то же, т.е. дело, направленное на извлечение дохода.

Предпринимательская деятельность осуществляется **физическими и юридическими лицами**.

Физические лица - это индивидуальные предприниматели, правовое положение которых регулируется соответствующими законами.

Предпринимательская деятельность, осуществляемая физическими лицами, относится к индивидуальной (частной) предпринимательской деятельности.

Предпринимательская деятельность, осуществляемая юридическими лицами, относится к коллективному предпринимательству.

Юридическими лицами в предпринимательской деятельности являются все виды предприятий: хозяйственные товарищества (полные и командитные) хозяйственные общества (акционерные ОАО, ЗАО, ООО, ОДО); производственные кооперативы и унитарные предприятия.

Основной задачей предпринимательской деятельности является обеспечение эффективного функционирования фирмы или деятельности индивидуального предпринимателя.

Предпринимательство как самостоятельная деятельность предполагает свободу, во-первых, в выборе вида и сферы предпринимательской деятельности; во-вторых, в выборе направлений и методов этой деятельности; в-третьих, в принятии хозяйственных решений и выборе средств их реализации; в-четвертых, в формировании производственных программ, выборе источников финансирования, поставщиков продукции и услуг, источников получения трудовых ресурсов; в-пятых, выборе методов и каналов сбыта; в-шестых, в установлении систем и размеров оплаты труда и других видов доходов лиц, работающих по найму; в-седьмых, в установлении уровня цен и тарифов на продукцию и услуги; в-восьмых, в распоряжении прибылью (доходами) от предпринимательской деятельности, остающейся после уплаты налогов и внесения других обязательных платежей.

Основные признаки предпринимательства:

- самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов;
- экономическая заинтересованность;
- хозяйственный риск и ответственность.

Ремесленная деятельность - это самостоятельная деятельность физических лиц по изготовлению и реализации товаров, осуществляемая ими без привлечения иных физических лиц и направленная на удовлетворение бытовых потребностей. К предпринимательской деятельности не относится ремесленная деятельность, адвокатская, частная нотариальная деятельность, деятельность по оказанию услуг в сфере агроэкотуризма, деятельность физических лиц по использованию собственных ценных бумаг и др.

Виды предпринимательской деятельности:

- производственная;
- коммерческая;
- финансовая.

К производственной предпринимательской деятельности относится деятельность, при которой предприниматель осуществляет производство продукции (работ, услуг), подлежащих реализации потребителям.

Формула кругооборота производственного капитала:

$$D = D_p + D_m + D_c + D_i + D_y, \quad (1.2)$$

где D - денежные затраты;
 D_p - денежные затраты на рабочую силу;
 D_m - денежные затраты на материалы;
 D_c - на основные средства производства;
 D_i - на информацию;
 D_y - на услуги.

$$D - T \dots П \dots - T^* - D^*; D^* > D, \quad (1.1)$$

где D - деньги;
 T - товар;
 $П$ - производство;
 $D^* = D + d$, где d - прирост капитала;
 T^* - произведенный новый товар.

Коммерческое предпринимательство - это операции и сделки по купле-продаже, т.е. перепродаже товаров и услуг.

$$Д - Т - Д^* \quad (1.3)$$

Денежные затраты на приобретение товара:

$$Д_{\text{Т}} = T_1 * Ц_{01} + T_2 * Ц_{02} + \dots + T_n * Ц_{0n}, \quad (1.4)$$

где $Ц_{01}, \dots, Ц_{0n}$ - цены приобретения товаров.

Денежная выручка:

$$Д_{\text{В}} = T_1 Ц_1 + T_2 Ц_2 + \dots + T_n Ц_n; Д_{\text{В}} > Д_{\text{Т}}, \quad (1.5)$$

где $Ц_1 \dots Ц_n$ - цены реализации товаров;
 $T_1 \dots T_n$ - количество товаров.

Формула финансового капитала:

$$Д - Д^*; Д^* > Д. \quad (1.6)$$

2. Права и обязанности предпринимателя

Права предпринимателя:

1. Заниматься любой хозяйственной деятельностью, т.е. не запрещенной законодательством.
2. Создавать любые предприятия.
3. Привлекать на договорных началах имущество, денежные средств и отдельные имущественные права других граждан, предприятий и организаций.
4. Участвовать своим имуществом и имуществом, полученным на законных основаниях, в деятельности других хозяйственных субъектов.
5. Самостоятельно формировать программу хозяйственной деятельности.
6. Самостоятельно нанимать и увольнять работников.
7. Устанавливать формы, системы и размеры оплаты труда и другие доходы лиц, работающих по найму.
8. Открывать счета в банках.
9. Пользоваться государственной системой социального обеспечения и социального страхования.
10. Получать любой, не ограниченный по размерам личный доход.
11. Выступать истцом и ответчиком в судах.
12. Приобретать иностранную валюту и самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность.

Обязанности предпринимателя:

1. Выполнять все обязательства, вытекающие из действующего законодательства и заключенных им договоров.
2. Заключать договоры или контракты с гражданами, принимаемыми на работу по найму, а также в необходимых случаях коллективные договора.
3. Предусматривать в трудовых договорах оплату труда работников, не ниже установленного минимального уровня, а также другие социально-экономические гарантии.
4. Вносить в государственный фонд социального страхования отчисления по страхованию лиц, работающих по найму.
5. Осуществлять меры по обеспечению экологической безопасности, охраны труда, техники безопасности, производственной гигиены и санитарии.
6. Производить расчеты со всеми работниками, привлеченными для работы согласно заключенным договорам, независимо от своего финансового состояния.
7. Соблюдать права и законные интересы потребителей.
8. Получать в установленном порядке лицензию на деятельность в сферах, которые подлежат лицензированию.

9. Выполнять решения государственных органов и иных субъектов права, уполномоченных Президентом Республики Беларусь, осуществляющих регулирование и контроль за ценообразованием.

10. Соблюдать установленный порядок ценообразования, а также порядок исчисления затрат, относимых на себестоимость, учитывать в полном объеме включаемые в цену (тариф) налоги и другие обязательные платежи.

11. Предоставлять соответствующим государственным органам и иным субъектам права, уполномоченным Президентом Республики Беларусь, осуществляющим регулирование ценообразование, полную и достоверную информацию, необходимую для установления регулируемых цен (тарифов) и контроля за соблюдением установленного порядка ценообразования.

3. Анализ возможностей ресурсов и рисков в предпринимательстве

Внешние факторы, которые следует принять во внимание, выбирая сферу деятельности.

1. Учет входные барьеры.

Организатору бизнеса полезно знать, что существуют чисто:

а) **экономические ограничения** на проникновение в ту или иную отрасль - так называемые входные барьеры:

- 1) высокий уровень первоначальных капиталовложений;
- 2) длительный срок окупаемости капитальных вложений;
- 3) неопределенность в достижении коммерческого результата;
- 4) отсутствие прибыли даже при нормальном течении предпринимательской деятельности (например, в образовании).

б) **правовые ограничения** - запрещенные сферы деятельности, например, производство наркотиков или вооружений, а также закрытые для частного предпринимательства сферы (производство ряда алкогольных и всех табачных изделий, сооружение альтернативных систем электроснабжения, телефонной и телеграфной связи).

2. Оценить конъюнктуру.

Предпринимательской деятельности, а особенно инвестиционной, свойственна цикличность. Важно выбрать не только сферу деятельности, но и время начала деятельности, ее наибольшей активности. Необходимо читать прессу, следить за индикаторами конъюнктуры, например, за движением курсов ценных бумаг на биржах или банковского процента.

Экономическая ситуация отличается не только во времени, но и в пространстве. Отдельные регионы развиваются более бурно, другие переживают застой.

Это же относится и к отраслям. Отдельные отрасли (электроника, информатика, биотехнология) развиваются активно, другие - спокойно, третьи - угасают. Приоритетными для бизнеса являются динамичные, новые отрасли.

Выбирая сферу деятельности, важно учесть, что привлекательность той или иной сферы зависит от поведения уже действующих в ней предпринимателей, их тяготения к конкуренции или к монополии. В монополизированную отрасль внедриться труднее, чем в конкурентную.

3. Определить возможности предприятия: внутренние и внешние.

Цель предпринимательства - прибыль. Способно ли будет предприятие отобрать будущую прибыль у других агентов.

Предприятие не может производить все. Оно должно производить то, что соответствует его ресурсам, техническим возможностям.

Необходимо представлять примерный минимум первоначальных денежных вложений. Такой минимум бывает различным для различных сфер деятельности. Рассчитывая минимум, необходимо учесть и скорость возврата вложенных средств.

Необходимо проанализировать и внешние возможности. Часто полезно объединяться с другими предпринимателями. Объединение ресурсов имеет смысл тогда, когда факторы производства дополняют друг друга.

Тут может быть использована любая форма кооперации:

- 1) совместная реализация технического проекта,
- 2) совместное вложение средств в крупномасштабное производство,
- 3) совместное освоение природных ресурсов,
- 4) взаимные поставки комплектующих изделий или совместное сооружение промышленных объектов,
- 5) работа по заказам.

4. Изучить рынок товара.

1). Анализ спроса. Спрос - потребительская потребность, выражающаяся в желании приобрести товар в определенном количестве. Размер реального спроса зависит от реальной покупательской способности, а также от цены на товар. Чем выше цена, тем, как правило, ниже спрос. Вследствие ожидания лучшего качества или престижности спрос иногда возрастает вместе с ценой. Спрос изучается по статистическим публикациям, социологическим исследованиям, по личным контактам с потребителем. Необходимо определить спрос на текущий момент и на перспективу. Постепенно спрос насыщается и затухает.

2). Анализ предложения. Необходимо определение меры насыщения рынка предпринимательской инициативой и деятельностью. Здесь необходимо изучать справочные, рекламные издания, статистику, проводить контактный анализ.

3). Оценка конкурентоспособности. Необходимо сравнение вашей продукции с продукцией ближайших конкурентов. Сравниваются показатели технические (габаритов, надежности, долговечности) и экономические (расходы по приобретению и использованию, транспортировке, продаже).

4). Выбор целевого сегмента рынка.

Любой рынок неоднороден - существуют различные группы потребителей, нуждающихся в разных товарах или различных модификациях (вариантах) одного и того же товара. Для каждого из планируемых к выпуску продуктов (или модификаций) необходимо найти свой рынок потребителей, т.е. определить некоторую часть Вашего общего рынка.

5). Позиционирование товара - т.е. определение положения товара по отношению к другим товарам того же сегмента рынка: конкуренция с аналогичными товарами или вхождение в сегмент рынка с принципиально новым товаром. От этого будет зависеть вся рыночная стратегия предпринимателя.

6). Техничко-экономическое обоснование - расчеты экономической эффективности предполагаемого проекта, т.е. соотношение затрат и доходов (затраты на сырье, оборудование, заработную плату, рекламу и сбыт). Доходы рассчитываются, исходя из планируемого объема продаж и предполагаемого уровня цены, а затем относятся к затратам.

5. Определить рыночную стратегию предприятия.

Рыночная стратегия предприятия определяется, исходя из выбранного товара и рынка, для которого он предназначен. Она строится с учетом имеющихся у предприятия возможностей и включает определение основных целей предприятия и основные пути их реализации.

Стратегию можно строить, полагаясь лишь на собственный опыт и интуицию. Но это на практике не всегда приемлемо. Стратегия требует всесторонней разработки, не исключаяющей и применение сложных формализованных методов.

Одним из инструментов построения рыночной стратегии является матрица «продукт-рынок». Простейшая четырехклеточная матрица дает наглядное представление о четырех возможных вариантах стратегии предприятия

Рынок / Продукт	Традиционные товары	Новые товары
Основные рынки	1. Более глубокое освоение рынка	3. Разработка товара
Новые рынки	2. Расширение границ рынка	4. Диверсификация

Поле 1 - предприятие работает с существующими товарами на существующих рынках. Это наименее надежный вариант стратегии на перспективу. Здесь нельзя рассчитывать на долговременный приток прибыли.

Поле 2 - расширение рынка при сохранении существующих товаров или экстенсивная стратегия. Такая стратегия сопряжена со значительными расходами на рекламу товара и самого предприятия.

Поле 3 - стратегия разработки нового продукта на уже известных рынках. Инновационная стратегия.

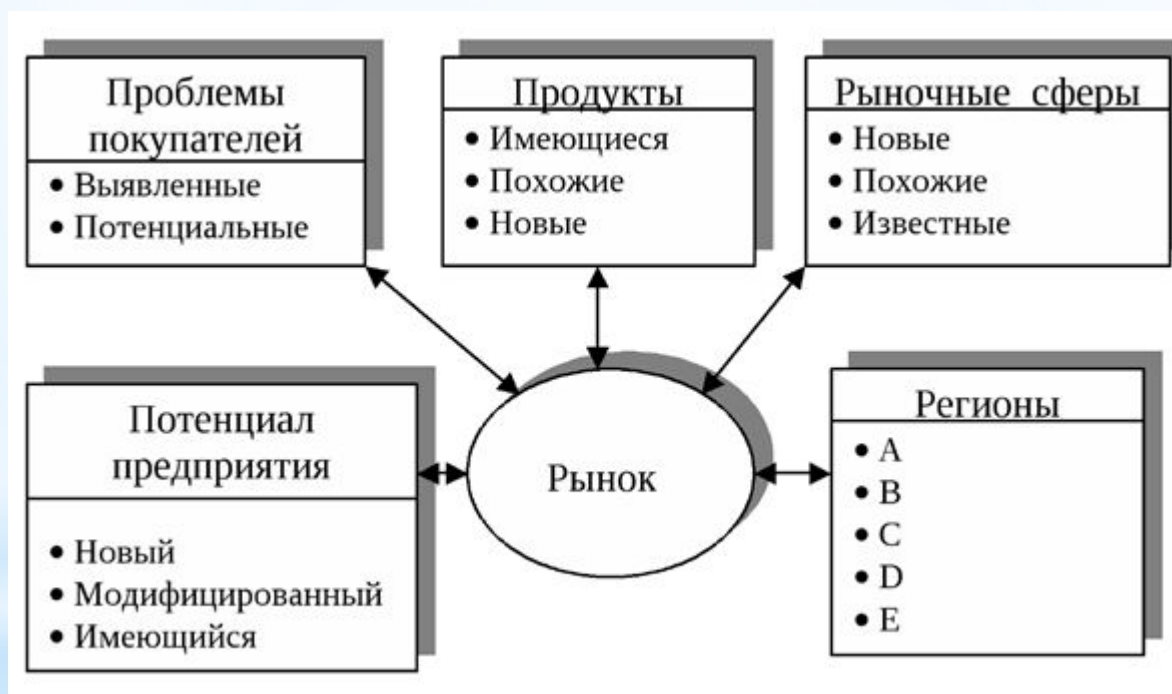
Поле 4 - разработка новых продуктов на новых рынках - стратегия диверсификации. Это наиболее эффективная стратегия на долговременную перспективу.

Выбор нужной стратегии осуществляется на основе оценок шансов и рисков, соответствующих каждой из стратегий

Стратегия	Шансы успеха, %	Риск
1	2	3
1	45	Незначительный
1	2	3
2	20	Большой
3	30	Средний
4	5	Очень большой

В данном примере из 4-х возможных стратегий для предприятия предпочтительней 1-я, т.к. имеет больше шансов на успех и наименьший риск по сравнению с остальными (на данный момент времени, но не перспективу).

При работе на рынок возникает проблема взаимосвязи между продуктом, рынками и регионами, потенциалом предприятия и запросами покупателей. При принятии стратегических решений предприниматель должен учесть все эти пять компонентов.



4. Организация собственного бизнеса

Стадии организационного процесса:

1. Разработка основной концепции предприятия: определение области деятельности, номенклатуры продукции (услуг), рынка сбыта, объемов производства, затрат и ожидаемой прибыли, плана финансирования; состава учредителей, выбора организационно-правовой формы, юридического адреса.

2. Разработка для юридического лица пакета учредительных документов (устава учредительного договора). В учредительных документах юридического лица должны определяться:

- 1) наименование юридического лица,
- 2) место его нахождения,
- 3) цели деятельности,
- 4) порядок управления деятельностью юридического лица,
- 5) другие сведения, предусмотренные законодательством о юридическом лице соответствующего вида.

3. Государственная регистрация юридического лица или индивидуального предпринимателя и открытие расчетного счета в банке.

4. Решение организационных вопросов:

- 1) заключение договоров с субподрядчиками, поставщиками;
- 2) наем и подготовка рабочих и административных работников;
- 3) найм торговых работников;
- 4) организация производства (закупка оборудования, материалов, товарных запасов);
- 5) проведение рекламной кампании;
- 6) наем и подготовка технического персонала, закупка оргтехники для офиса.

Семь факторов успеха:

1. Предприниматель сам должен быть высококвалифицированным специалистом или нанять того, кто имеет профессиональные знания и опыт работы в выбранной области деятельности.
 2. Идея производства конкретного товара или предоставляемые услуги.
 3. Личные контакты (помощь партнеров и соратников).
 4. Материальные ресурсы.
 5. Заказы потребителей. Поиск заказов - главная задача предпринимателя и его специалистов.
 6. Общение в кругу коллег по бизнесу (посещение семинаров, ярмарок, занятий, выставок, обмен мнениями).
 7. Постоянная работа над собой, поиск и восприятие информации.
- Организация собственного бизнеса - исключительно для инициативных людей. Для предпринимательской деятельности характерны:
- свобода выбора сферы деятельности;
 - неограниченная возможность проявлять инициативу, творчество;
 - самостоятельность принятия решения.

5. Проблемы выживания начинающих предпринимателей

Выживание - доминирующая задача любой организации. Первые несколько месяцев деятельности компании являются для нее наиболее критическими:

- 1) ее продукция еще никому не известна;
- 2) реклама имеет небольшой эффект;
- 3) заказы на производимые товары единичны;
- 4) организационная структура находится на этапе формирования;
- 5) из-за малого объема продаж;
- 6) больших капитальных затрат;
- 7) трудностей в получении кредитов;
- 8) возникают серьезные финансовые проблемы.

Необходимость выжить в конце концов приведет к тому, что компания будет прибегать к определенной стратегии, предполагающей:

- 1) рассредоточение риска, т.е. осуществление своих операций не на одном, а на нескольких рынках, а также производство целого ряда товаров широкого ассортимента;
- 2) адаптацию к изменяющимся условиям, т.е. инвестирование маркетинга, поиск возможностей выпуска новых товаров, с тем, чтобы оперативно реагировать на изменения внешней среды;
- 3) пассивный маркетинг, т.е. отказ от наступления на позиции конкурента, и отсюда - отсутствие риска ответного удара;
- 4) целевые отчисления из прибыли, т.е. создание определенных резервов в результате успешной коммерческой деятельности на черный день.

Главными препятствиями на пути роста компании могут быть:

- 1) сопротивление ведущих служащих фирмы, которые, вероятно предпочтут жить без особых трудностей и забот, усилиям по выпуску новой продукции и материалов;
- 2) отсутствие гибкости организационной структуры, например, в принятии решений, когда производство, средства связи могут оказаться не соответствующими условиям деятельности крупной компании;
- 3) нехватка высокопрофессиональных специалистов, а также соответствующих ресурсов (капитала, производственной площади);
- 4) меры, принимаемые конкурентами, которые могут создавать серьезные препятствия усилиям компании по увеличению объема продаж (насыщение спроса продукцией конкурента).

Под ростом предприятия понимается:

- 1) долговременный рост прибыли;
- 2) возросший объем продаж;
- 3) завоевание значительной части рынка;
- 4) достижение лидирующих позиций в отрасли или на рынке;
- 5) рост числа сбытовых и торговых предприятий;
- 6) увеличение численности занятых на производстве;
- 7) накопление дополнительных ресурсов (т.е. более эффективное использование вложенного капитала).